

21世纪全国高职高专旅游系列实用规划教材



21st CENTURY
实用规划教材

导游

文化

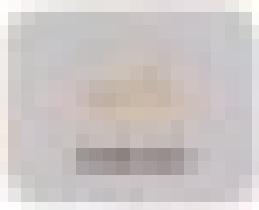
宋志方
汪洪斌
·
主编

中国林业出版社
China Forestry Publishing House



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS



THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS



UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS

21 世纪全国高职高专旅游系列实用规划教材

导游文化

宋志方 汪洪斌 主 编

中国林业出版社
China Forestry Publishing House



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内容提要

作为 21 世纪全国高职高专旅游系列实用规划教材之一, 本书结合导游工作的特点, 介绍了导游实际工作中应了解和掌握的古今中外旅游文化方面的相关基础知识, 注重实用性和实践性, 对导游相关工作具有实际指导意义。全书共分 9 章, 主要包括导游与中国历史文化、导游与宗教文化、导游与中国民俗文化、导游与中国饮食文化、中西方文化比较、旅游审美文化、导游语言文化及礼仪文化等内容。每一章设置学习目标、章首案例、本章小结、思考题、案例分析、本章推荐阅读书目等栏目。全书内容翔实, 观点新颖, 应用性强。

本书既可作为高职高专旅游管理专业教材, 也可作为旅行社、景点(区) 人员培训教材, 旅游爱好者也可通过此书获取相关旅游知识。

图书在版编目(CIP) 数据

导游文化/宋志方, 汪洪斌主编. —北京: 中国林业出版社; 北京大学出版社, 2009. 2
(21 世纪全国高职高专旅游系列实用规划教材)
ISBN 978 - 7 - 5038 - 5376 - 0

I. 导… II. ①宋…②汪… III. 导游—高等学校: 技术学校—教材 IV. F590. 63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 007048 号

书 名: 导游文化
著作责任者: 宋志方 汪洪斌 主编
总 策 划: 牛玉莲 林章波
策 划 编 辑: 郑铁志
责 任 编 辑: 郑铁志 吴 迪

出 版 者: 中国林业出版社 (地址: 北京市西城区德内大街刘海胡同 7 号 邮编: 100009)
网址: <http://www.cfph.com.cn> E-mail: jiaocaipublic@163.com
电话: 编辑部 83220109 营销中心 83227711
北京大学出版社 (地址: 北京市海淀区成府路 205 号 邮编: 100871)
网址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.com> E-mail: pup_6@163.com
电话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

印 刷 者: 北京市昌平百善印刷厂
发 行 者: 中国林业出版社 北京大学出版社
经 销 者: 新华书店
版 次 印 次: 2009 年 2 月第 1 版 2009 年 2 月第 1 次印刷
开 本: 787mm × 960mm 16 开本 12.75 印张 252 千字
定 价: 20.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有 侵权必究

21 世纪全国高职高专旅游系列实用规划教材 编写指导委员会

- 顾问：**谢彦君（东北财经大学旅游与酒店管理学院）
黄震方（南京师范大学旅游系）
- 主任：**李丰生（桂林旅游高等专科学校）
- 常务副主任：**林伯明（桂林旅游高等专科学校）
- 副主任：**朱承强（上海师范大学旅游学院）
王昆欣（浙江旅游职业学院）
吴忠军（桂林工学院旅游学院）
- 委员：**（按汉语拼音排序）
陈桂生（长沙航空职业技术学院）
邓清南（成都电子机械高等专科学校）
吉文丽（新疆农业职业技术学院）
姜德刚（渤海大学高职学院）
李建峰（陕西财经职业技术学院）
谭传凤（武汉商贸职业学院）
王 湘（北京联合大学旅游学院）
王亚伟（郑州牧业工程高等专科学校）
王 瑜（福建商业高等专科学校）
谢 苏（武汉职业技术学院）
赵桂毅（淄博职业学院）
周国忠（浙江旅游职业学院）
周 旗（南阳师范学院环境科学与旅游学院）
- 秘书长：**周江林（桂林旅游高等专科学校）
牛玉莲（中国林业出版社教材中心）
林章波（北京大学出版社第6事业部）

编写人员名单

主 编：宋志方 汪洪斌

副主编：吴丽云

编写人员：（按姓氏笔画排序）

刘秀丽（山东淄博职业学院）

祁向文（渤海大学高职学院）

吴丽云（北京交通职业技术学院）

宋志方（桂林旅游高等专科学校）

李 妍（辽宁林业职业技术学院）

汪洪斌（渤海大学高职学院）

陆宝福（桂林旅游高等专科学校）

蒋 芸（南京化工职业技术学院）

潘善环（桂林旅游高等专科学校）

前 言

中国作为世界旅游大国，正吸引着大量海外旅游者慕名而来。同样，中国人在自己的国土上也开始徜徉山水，观赏风景，赞颂锦绣河山，回归大自然。在旅游过程中，作为导游人员，不仅要让游人观赏自然风光和人文景观，还需要向旅游者全面细致地介绍中国文化，让他们感受中国文化的博大精深，让中外游客真正感到游有所值、游有所得，满足旅游者日益增长的文化需求。

导游文化作为一个学术领域和旅游专业的必修课是十分重要和必要的。大专院校旅游专业的学生掌握了导游文化基础，可以丰富自己的专业知识，提高自己的业务能力，拓展自己的专业视野。基于这种认识，我们编撰了这本《导游文化》。本教材突出科学性、知识性、创新性和趣味性；编排上力图符合高职高专旅游专业学生的特点，强调知识的实用性与应用，兼顾知识点和能力点，以提高学生素质为基础，以职业能力为本位，以应用为核心。在各章设置学习目标。同时，在全书的编排上，注重内容的先进性和教学的适用性，更新教学内容，力求与社会经济发展同步。每一章设置章首案例、本章小结、关键概念、复习思考题、案例分析、本章推荐阅读书目、相关链接等栏目。本教材简洁实用、内容新颖、体例完整、操作性强，符合旅游管理相关专业学生培养目标和课程教学基本要求。本书也可作为旅游从业人员和旅游爱好者的阅读材料。

本书由宋志方任第一主编，负责设计教材大纲并统稿；汪洪斌任第二主编，分工合作编写。具体分工是：潘善环、陆宝福编写第1章；汪洪斌编写第2章；刘秀丽编写第3章；李妍编写第4章；吴丽云编写第5章、第6章；祁向文编写第7章；宋志方编写第8章；蒋芸编写第9章。

全书在编写过程中吸取了最新的旅游文化的研究成果，参考了旅游文化和导游知识方面大量的著作、教材和相关资料，在此对原作者表示诚挚的谢意。

由于编者水平所限，书中难免存在错误和疏漏之处，恳求专家和读者不吝赐教，以便今后修订、完善。

编 者

2008年11月

目 录

前言

第 1 章 导游文化理论与体系建构	1
1.1 旅游文化	2
1.2 导游与文化的关系	8
1.3 导游文化	11
1.4 导游文化的建构	14
第 2 章 导游与中国历史文化	18
2.1 先秦旅游文化	19
2.2 秦汉旅游文化	22
2.3 魏晋旅游文化	25
2.4 唐代旅游文化	28
2.5 宋代旅游文化	32
2.6 地方志与旅游	35
第 3 章 导游与宗教文化	41
3.1 佛教文化	42
3.2 佛教的旅游价值	46
3.3 道教文化及其旅游价值	52
3.4 基督教文化及其旅游价值	56
3.5 伊斯兰教文化及其旅游价值	59
第 4 章 导游与中国民俗文化	66
4.1 岁时节庆	67
4.2 中国民间吉祥文化	75
4.3 王陵、文庙与风水文化	82
第 5 章 导游与中国饮食文化	89
5.1 中国饮食文化的起源与发展	90

II ... | 目 录

5.2 中国饮食文化的地域差异	98
5.3 旅游与中国美食文化	101
5.4 旅游与中国茶文化	103
第6章 导游与中西方文化比较	111
6.1 中西方文化比较	112
6.2 中西园林艺术比较	114
6.3 中西方古建筑比较	122
6.4 中西方绘画艺术比较	128
第7章 导游与旅游审美文化	137
7.1 旅游审美	138
7.2 旅游审美观的类型特征	144
7.3 旅游客体文化的美学特征	145
7.4 旅游审美文化的时空差异	153
第8章 导游语言文化	158
8.1 导游语言文化与艺术	159
8.2 普通话与地方方言比较	168
8.3 导游常用山水古诗词	173
第9章 导游礼仪文化	178
9.1 现代礼仪	179
9.2 重视美容, 适当化妆	184
9.3 导游人员要讲究礼仪	187
参考文献	193



第 1 章

导游文化理论与体系建构

学习目标

通过本章的学习，初步了解导游文化的概念、旅游与文化的相互关系等，使学生从文化和文化学的角度掌握导游文化作为一门新兴学科的知识体系。

【章首案例】

导游与文化底蕴

一位旅游团领队曾说，他每次带团去苏州都要游览寒山寺。由于江南寺庙不少，总觉得这个寺没有别致之处，是一个可去可不去的景点。但有一次遇到了一位高素质的导游员，使他完全改变了过去的看法，觉得这是一个值得旅游团一游的好景点。这位导游员的语言流畅，幽默，善放善收，讲得头头是道。他以寒山寺的历史背景拉开“序幕”，讲了寒山寺的来历和趣闻，立刻将客人的注意力引入他的讲解之中。在趣闻赢得了客人的笑容之后，他很自然地带客人到张继名诗《枫桥夜泊》的古碑前。由于导游员非常贴切地把诗中人景和诗意融为一体，全团客人深深被他的讲解所吸引，情绪随着他的讲解内容跌宕起伏。他带大家在一个不致使通道堵塞之处停下来。大家围着他纷纷提出各种问题。他回答问题机智、灵活，真是无懈可击。随后，该导游员又担当起摄影师的角色，并替客人选景。有的客人又问他是否可以买到一些有关寒山寺的纪念品。在他们购物之后，导游员很快把全团集中起来，带到钟楼，敲了3下钟（代表过去、现在、将来）。随着悠悠的钟声，旅游客人依依不舍地步行出寺，感到游兴未尽，欲离不能。大家都觉得不虚此行。无疑，这位导游员的出色讲解与服务，使他们获得了精神上的享受。

【案例思考题】

深厚的文化底蕴对导游工作的正面影响有哪些？

1.1 旅游文化

“文化是旅游的灵魂。”

旅游，从本质上说是一种文化现象，这种文化就是“旅游文化”。旅游作为一种社会活动，是人类社会发展到一定阶段的产物，是一定的人类文明的反映。文化因素渗透于旅游活动的各个方面。从旅游主体的方面看，“文化是旅游者的出发点和归结点”；“现代旅游现象，实际上是一项以精神、文化需求和享受为基础的”；旅游者的旅游行为是一种文化消费行为，其外出旅游的动机和目的在于获得精神上的享受和心理上的满足。从旅游介体的方面看，旅游经营者要达到盈利的目的就必须提供一种能满足旅游者文化享受的旅游产品和服务。旅游企业若不能满足旅游者精神文化的需要，便失去了存在的价值。从旅游客体的方面看，

“文化……是旅游景观吸引力的渊藪。”无论是自然旅游资源还是人文旅游资源，要吸引和激发起旅游者的旅游动机，就必须具有魅力无穷、独具特色的民族（或地方）文化内涵，满足人们对科学、史学、文学、艺术和社会学等方面的不同需求。

1.1.1 文化的内涵

何谓“文化”？这一直是一个令人费解的问题。很久以来，人们一直在从各个角度探讨着“文化”的定义，但总似乎又不那么令人满意。据有关专家统计，目前关于“文化”的定义有上百个。

在这里，我们不想也无力探讨“文化”的定义，但我们尝试着从“文化”的渊源以及前人对“文化”的理解中，去探求“文化”的内涵，即“文化”所反映的内在本质。

1.1.1.1 “文化”一词的渊源

汉语是一种象形文字。据专家考证，中国的“文化”一词是由“文”与“化”的结合而来，“文化”是汉语系统的一个古老词汇。

从目前掌握的资料看，历史上“文”与“化”的并联使用在战国已经出现。《周易》有所谓：“观乎天文以观时变；观乎人文，以化成天下”。这大概是中国人论述“文化”之始。《易·贲卦·象传》中的一段话说，治国者必须观察天文，以明了时序的变化；又必须观察人文，使天下的人均能遵从文明礼仪，行为举止得当。可见，这里的“人文”与“化成天下”含义紧密联系，“以文教化”的思想已经十分明确。

到了唐代，大学问家孔颖达则别有见地地解释《周易》中的“文化”一词，认为“圣人观察人文，则诗书礼乐之谓”，这实际上是说“文化”主要是指文学礼仪风俗等属于上层建筑的东西。

在西方，“文化”一词英文、法文都写作“culture”，它是从拉丁文中演化来的，而拉丁文中的“culture”含有耕种、居住、练习、留心或注意等基本含义。1690年安托万·菲雷蒂埃的《通用词典》中，其定义为“人类为使土地肥沃，种植树本和栽培植物所采取的耕耘和改良措施”，并有注释称“耕种土地是人类所从事的一切活动中最诚实、最纯洁的活动”，此时西方人观念中的“文化”只是被用来隐喻人类的某种才干和能力，是表示人类某种活动形式的词汇。但是，“文化”一词成为一个完整体系的表示方式，即术语，大约要到19世纪中叶才形成。

1.1.1.2 文化的定义

(1) 国外流行的定义

第一个在“文化”定义上具有重大影响的人是被称为人类学之父的英国人类学家 E. B. 泰勒。1865 年, 他首先提出: “文化是一个复合体, 包括知识、艺术、宗教、神话、法律、风俗以及其他社会现象。” 1871 年, 他又在《原始文化》一书中提出: “文化或文明, 就其广泛的民族学意义来讲, 是一复合整体, 包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗以及作为一个社会成员的人所习得的其他一切能力和习惯。” 泰勒关于“文化”的这一定义无疑是经典性的, 它将“文化”解释为社会发展过程中人类创造物的总称, 包括物质技术、社会规范和观念精神, 对后世人们认识“文化”这一名词产生了重大的影响。

美国文化人类学家克鲁柯洪和凯利认为: “文化是历史上创造的生存式样的系统, 既包含显性式样又包含隐性式样; 它具有为整个群体共享的倾向, 或是在一定时期中为群体的特定部分所共享。”

英国文化人类学家马林诺夫斯基是文化功能学派的创始人, 他对文化的定义是: “文化是一个组织严密的体系, 同时它可以分成基本的 2 方面, 器物和风俗, 由此可进而再分成较细的部分或单位。” 马林诺夫斯基将“文化的各方面”(即文化的组成要素) 分解为如下几点: 物资设备(即物质文化); 精神文化; 语言文化; 组织文化。

(2) 国内流行的定义

历史学家庞朴先生把文化分为三大层次, 即物质层、心物结合层、心理层。其中“文化的物质层面是最表层的; 而审美趣味、价值观念、道德规范、宗教信仰、思维方式等心理层面是属于最深层的; 介于二者之间的是种种制度和理论体系”。这一定义归纳了国外人类学的有关文化的定义。

梁漱溟先生曾对文化下了这样的定义: 文化乃是“人类生活的样法”。梁漱溟把人类生活的样法分为精神生活、物质生活和社会生活三大内容。他定义的“文化”含义是很广泛的。

(3) 文化定义的总结

克鲁伯和克拉柯洪分析了 160 种由社会学、人类学、精神学及其他学科学者对文化所下的定义。把这些定义归纳为以下 6 大类。

描述性 这一类定义一是把文化看作包罗万象的整体; 二是列举文化内容的诸方面。

历史性 这一类定义强调文化的特性之一, 即文化的继承性、传统性。

规范性 这类定义强调文化是一种有特色的生活方式, 或是具有能动的规范观念

及其影响。

心理性 这类定义强调人的调适、学习及选择的过程。这种定义视文化为满足欲望、解决问题、适应环境和人际关系的制度。

结构性 这类定义强调每一文化系统的性质，以及不同文化现象之间具有的组织与相互关系。

遗传性 这类定义注重的问題为：文化的来源，文化存在和发展的原因。

1.1.1.3 文化的特征

透视文化的特征，有助于我们对文化内涵的了解。综合各派学者对文化的定义，归结文化的一般特征如下。

(1) 人类性特征

人类社会产生以前，无所谓文化。文化是人类社会产生和发展的结果，是人类社会共同生活过程中衍生出来或创造出来的。自然存在物及其运动，如山川河流、日月星辰本身不是文化，但人类据此而创造出来的历法、文学、艺术及其他物品却是文化。

(2) 社会群体性特征

文化是一个群体或社会全体成员共同享有的，个别人的特殊习惯和行为模式，不被社会承认的不能成为这个社会文化。我们一般所说的语言、风俗习惯、规范、制度、社会价值观念等，就是从社会群体的角度而言。

(3) 多样性与共同性特征

文化的产生和发展深受自然因素和社会因素的影响，而自然因素和社会因素既有共同性，又有复杂多变性，因此，文化也就表现为多样性与共同性的特征。文化的多样性主要是指不同国家、民族、社会团体、社区都有其独特的文化。人类学家和社会学家记载了大量世界各地的特殊文化，充分说明文化的多样性。但多样性与共同性是相对而言的，相同的国家、民族、社会团体、社区的文化则具有共同性的特征。

(4) 发展性与培育性特征

文化是不断随着社会的发展而不断发展的。任何社会的文化，都是同这个社会一样长久的，是长期积累而成的。任何一个阶段、任何一个时期的文化都是从前一个阶段或时期继承下来并增加了新的内容。但是，文化不会也不可能自己发展自己，而是需要人的培育和呵护，没有培育和呵护就将导致文化的衰退。

(5) 学习性特征

文化是可以学习的，文化的获得也是需要学习的。人的行为可以分为本能的和学

习的,对人类而言,学习的行为远远超过本能的行为。人的观念、知识、技能、习惯、情操等都是后天学来的,凡文化都是通过学习得到的,不需要学习的先天遗传本能不是文化。

(6) 复合性特征

文化的复合性是指文化现象有一系列内在联系的文化现象的组合。例如,宗教活动,就包括了宗教教义、宗教仪式、宗教建筑、宗教组织等宗教文化现象。

(7) 共享性特征

文化的共享性是指文化具有为一个群体、一个社会乃至全人类所共享的特性。

1.1.2 旅游文化的含义与特性

1.1.2.1 旅游文化的含义

由于目前世界各国学者对“文化”这一概念的表述有很大的分歧,导致了对“旅游文化”的不同认识和解释,它的内涵和外延都停留在探讨的阶段。总体来说,我国学者对旅游文化的表述,大致有下面3种类型,这3类定义从不同角度揭示了旅游文化的本质属性。

(1) 旅游文化是与旅游有关的物质财富与精神财富的总和

旅游文化是人类过去和现在所创造的与旅游活动紧密相关的精神文明与物质文明。有学者进一步指出:“它包括2方面的内容,一是广义的:凡旅游路线、旅游途中、旅游景点上一切有助于增长旅游者文化知识的物质财富和精神财富,都属于旅游文化的范畴;二是狭义的:凡一切能够使旅游者在途中舒适、愉快并能提高旅游文化素质的物质财富和精神财富,也都属于旅游文化的范畴。这2个旅游文化的概念既有联系,也有区别。前者,我们要求弘扬民族文化;后者,我们要求加速旅游事业的现代化。”

(2) 旅游文化是旅游主体、旅游客体和旅游介体相互作用的结果

旅游文化不是旅游和文化的简单结合,而是旅游主体(旅游者的文化需求和情趣)、旅游客体(旅游资源的文化内涵和价值)、旅游介体(旅游业的文化意识和素质)三者相互作用所产生的物质和精神成果。具体地说,“潜在的旅游者由于受到旅游动机的冲击和旅游客体的吸引,在旅游业的介入下,实现了旅游,在旅游过程中产生欢快愉悦的心理状态和审美情趣。这种心态和情绪是旅游三要素中任何一个要素都没有的,这就是旅游文化最初和最核心的部分”。因此,旅游者处于旅游文化的中心位置,旅游者在旅游活动中所显示出来的特殊的欣赏取向、审美情绪、心理状态及其文字、形象的记载等,构成了旅游文化的主要内容。

(3) 旅游文化是旅游这一独特的社会现象体现出来的文化内涵

旅游文化是由旅游者与旅游从业者在旅游活动中共同创造的,说得具体一点,就是旅游者或旅游服务者在旅游观赏中或服务过程中所反映出来的观念形态及其外在表现。

总结以上几种观点,我们认为,旅游文化是指以旅游活动为中心的、以旅游主体的旅游体验为出发点的、以旅游主体和旅游客体以及旅游介体之间相互作用为结果所体现出来的综合文化形态。

1.1.2.2 旅游文化的特性

旅游文化作为一种综合文化形态,并不是旅游和文化的简单相加,而是以一般文化的内在价值为依据,以旅游主体、旅游客体、旅游介体和旅游研究之间的相互关系为基础,在旅游活动过程中形成的观念形态及其外在表现的总和。作为一种独立的文形态,旅游文化具有以下鲜明的特点。

(1) 民族性

民族个性是旅游文化的精髓,“越是民族的,越是世界的”。人们外出旅游,有一种普遍的心理需求就是求新、求异,了解异国他乡的奇风异俗。基于旅游者的这一旅游基本需求,旅游地的产品和旅游接待服务,尽可能体现旅游地的民族文化特色。一个国家,民族的旅游业若缺少了自己本民族传统文化的底蕴,便失去了特色,不能反映出本国、本民族特有的精神内涵,也便失去了强大的吸引力。例如,广西的旅游开发,旅游景区景点和旅游接待服务要体现广西当地壮、侗、苗、瑶等民族文化的特色,才会令旅游者产生审美愉悦。当然,作为旅游者,要很好地体验旅游地的民族文化特色,必然要掌握民族文化的基本知识,这也进一步说明旅游文化的民族性特色。

(2) 综合性

旅游文化是一项以文化交流、文化消费为基础,涉及社会各类成员,包括多种形态旅游客体,又借助于日益丰富的旅游介体的综合性大众文化。社会的人作为旅游文化的主体,他们不同的年龄、信仰、职业、种族、情趣、习俗等都会影响其各自对旅游文化的接受、重温、加工与创造。作为旅游文化客体的山水名胜、历史遗迹都有文化精神和民俗的积存;还受特定的宗教、哲学、政治、经济的渗透影响。因此,旅游文化的显现要与特定的旅游景点、风物特产、民俗风情等相结合,从而,带来特定丰富的旅游文化。

(3) 地域性

地域性反应了不同旅游地具有不同的旅游文化特色。旅游文化的地域差异正是形成旅游者旅游活动的吸引力之一。旅游者对异域文化的猎奇、探险求知心理,促

成了旅游活动的实现。同时，旅游者在旅游的过程中，又会缩小客源地与旅游目的地之间的文化差异，在形成新的旅游文化的同时，也出现了旅游文化的又一个特征。

(4) 传承性

传承性是从纵向时间角度而言，与旅游文化地域性的横向、空间角度相对应。旅游文化的传承性，反应了旅游文化在时间上的联系性和差异性，它体现在物质层面、制度层面和观念层面上。任何一种新的文化形态的产生和发展，都不是凭空创造出来的，而是求助于历史文化成果中那些合理而有益于发展自己的部分。

(5) 创新性

旅游文化是因旅游活动的出现而出现，并不断随着旅游活动的发展而不断发展，体现了创新性特点。旅游文化是传统文化和新兴学科结合的一种创造。对旅游文化来说，其他各种文化都是“原材料”，经过设计、加工、组织后，才能开发成新的旅游文化，形成专门的旅游产品供旅游者享用。由于时代的发展，人们的旅游需求总是在不断地发展，旅游市场的竞争也在不断地加强，而作为引导人们旅游消费的旅游文化，必然也会不断地发展创新。只有不断地丰富和完善，旅游文化才能适应旅游业发展的需要。

(6) 服务性

现代旅游业是一个服务性行业，因此，旅游文化也体现了服务性的特点。现代旅游业出现的标志是旅行社的出现，而旅行社是专门为旅游者服务的。尽管现阶段旅游市场呈现多样化发展的需求，但这并不是说就可以脱离旅游行业的服务，而恰恰反映了旅游者与旅游行业之间的联系进一步加强。它要求旅游服务行业进一步转变服务观念，改变服务方式，提供更为灵活而贴心的服务。旅游文化的服务性，直接促成了现代旅游业的产生和发展，推动着现代旅游业的竞争。

1.2 导游与文化的关系

导游员是旅游业中最积极最有代表性的从业人员，旅游业是一个以旅游接待为纽带的特殊经济产业，而旅游活动又是一种以文化为基础，带有经济属性和政治色彩的综合社会现象。导游员在旅游业中的作用，是通过其文化的传播来实现其经济意义的。因此，导游员工作的使命是通过其旅游接待活动，使旅游者在旅游活动中增长知识，陶冶情操，获得审美享受，同时使旅游者体验和感受到旅游地的精神风貌。